

ESTEREÓTIPOS E DESIGUALDADES SOCIAIS: CONTRIBUIÇÕES DA PSICOLOGIA SOCIAL À ANÁLISE DO DISCURSO

ANNA FLORA BRUNELLI¹

RESUMO: Neste trabalho, procuramos demonstrar como estudos de Psicologia Social podem servir aos interesses da Análise do Discurso, dadas as reflexões que promovem sobre o conteúdo e sobre as funções que exercem certos estereótipos presentes nos discursos, incluindo aí esclarecimentos sobre o modo como os estereótipos podem colaborar, à sua maneira, para a manutenção da desigualdade social. Para tanto, apresentamos inicialmente algumas teses desenvolvidas no âmbito da Psicologia Social sobre o tema, com destaque para a “Teoria da Justificação do Sistema”; posteriormente, tratamos de empregá-las para avaliar estereótipos presentes em dois tipos distintos de discursos, o que nos permite revelar aspectos não evidentes desses discursos. Os resultados confirmam, assim, a pertinência desse intercâmbio teórico.

Palavras-chave: análise do discurso; estereótipos; desigualdades sociais.

ABSTRACT: In this paper, we seek to demonstrate how the Social Psychology can serve the interests of Discourse Analysis, given the reflections that it promotes on the content and on the functions performed by some stereotypes that are presents in the discourses, including some important clarification on how certain stereotypes may collaborate for the maintenance of social inequality. To achieve this goal, we initially present some theses developed within the framework of Social Psychology, highlighting the “Theory of System Justification”; after that, we use them to assess stereotypes present in two distinct types of discourses, which allows us to reveal no-obvious aspects of these discourses. So, the results confirm the relevance of this theoretical exchange.

Keywords: discourse analysis; stereotypes; social inequality.

INTRODUÇÃO

Como se sabe, desde a sua origem na França, a Análise do Discurso (doravante apenas “AD”, como é de praxe) promove uma reflexão sobre a linguagem incorporando teses (“o motor da história é a luta de classes”, “o inconsciente está estruturado como uma linguagem”) formuladas no exterior da Linguística. Se considerarmos as fontes de que a AD se serviu na fase de sua consolidação

¹ Professora Assistente Doutora (MS3) da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Campus de São José do Rio Preto, SP, Brasil. Bolsista FAPESP – Processo 2014/21825-0; integrante do grupo FEStA (Fórmulas e Estereótipos: Teoria e Análise), grupo de pesquisa CNPq. . anna@ibilce.unesp.br

(o materialismo histórico, a psicanálise lacaniana), podemos dizer que, entre as novas tendências da AD, há intercâmbios teóricos antes pouco previsíveis, como é o caso de Paveau (2013), obra que promove uma aproximação entre a Análise do Discurso e os estudos da cognição. Adotando uma abordagem construtivista e partindo de referências da linha sociocultural das ciências cognitivas, Paveau, nessa obra, sugere que a Análise do Discurso deveria dotar-se de uma dimensão cognitiva de acordo com a qual se compreendam os processos de construção de conhecimentos e sua configuração no discurso a partir de dados recebidos pelos sentidos, pela memória e pelas relações sociais.

Neste trabalho, seguindo, de uma certa forma, essa alternativa de aproximar a AD de novos interlocutores, o que não significa necessariamente abandonar nem contradizer os postulados constitutivos da disciplina, procuramos dialogar com estudos contemporâneos da Psicologia Social. Mais exatamente, considerando teorias que versam sobre os estereótipos, procuramos demonstrar como os postulados dessas teorias podem ser úteis para os analistas do discurso, auxiliando-os a promover uma reflexão mais apurada sobre os discursos, na medida em que oferecem esclarecimentos sobre o conteúdo e sobre as funções que exercem muitos dos estereótipos de que os discursos se valem, incluindo aí esclarecimentos sobre o modo como certos estereótipos colaboram, à sua maneira, para a manutenção da desigualdade social. A desigualdade social, por sua vez, é um tema bastante caro à AD e, como tal, dispensa que se justifique a relevância de ser levada em consideração nos trabalhos inscritos nessa disciplina.

Os estudos dos estereótipos passaram a despertar o interesse dos cientistas sociais a partir de Lippman (1922). Lippman nunca chegou a definir exatamente o conceito, mas as suas ideias não só se refletiram na conceituação posterior, como também anteciparam várias tendências dos estudos sobre o tema. Para Lippmann (1922), os seres humanos não respondem diretamente à realidade exterior, mas a uma representação do ambiente que é feita pelo próprio homem. Notando que a realidade é muito complexa para ser completamente representada nessa “ficção”, Lippman (1922) formula a ideia de que os estereótipos simplifiquem a percepção e a cognição. Assim, para Lippmann os estereótipos são estruturas cognitivas que ajudam os indivíduos a processarem informação sobre o ambiente. Além disso, para ele, os estereótipos precedem o uso da razão: impõem um certo caráter ao dado antes que esse dado chegue à razão.

De fato, no âmbito da Psicologia Social, de um modo geral, os estereótipos são considerados como formas de conhecimento sobre indivíduos, tomados coletivamente e caracterizados por uma falsa representação (cf. AMOSSY e PIERROT, 2001). São, essencialmente, representações cristalizadas sobre um grupo social, esquemas culturais preexistentes, imagens fictícias que expressam um imaginário social. Em alguns trabalhos da área, o caráter negativo dos estereótipos se liga justamente aos processos de generalização do real, que o simplificam, produzindo uma visão esquemática e deformada que favorece a emergência de preconceitos.

Apesar disso, como bem alertam Aschmore e Del Boca (1981), os estereótipos não devem ser compreendidos como sendo constitutivamente ruins,

especialmente porque isso pode levar a inferência incorreta de que os estereótipos, como estruturas cognitivas, e ainda os processos a que estão ligados são todos anormais, bizarros ou patológicos. A esse respeito, vale citarmos Fox (1992), trabalho no qual fica bem clara a ideia de que os estereótipos não são uma doença da mente, mas parte de sua constituição básica. Nas palavras de Fox: “devemos aceitar a ideia de que o preconceito não é uma forma de pensar, mas que pensar é uma forma de preconceito” (FOX, 1992, p.151).

Observando um pouco mais de perto a literatura da Psicologia Social, podemos notar a heterogeneidade dos trabalhos que investigam o tema. Neste trabalho, não temos a intenção de apresentar um panorama geral sobre esses estudos, até porque isso não traria nenhuma contribuição mais concreta para a Análise do Discurso. Pelo contrário, considerando apenas alguns postulados de uma dessas tendências, procuramos demonstrar como o diálogo com a Psicologia Social pode ser proveitoso para os analistas do discurso, dadas as lições que lhes fornece sobre os estereótipos, o que pode, por sua vez, favorecer a descoberta de aspectos não muito evidentes dos discursos, conforme os exemplos que apresentamos mais ao final deste trabalho.

Para tanto, na primeira parte deste trabalho, apresentamos, de uma forma bem sucinta, algumas das teses da Psicologia Social que parecem particularmente interessantes aos analistas do discurso, com ênfase na “Teoria da Justificação do Sistema”. Na segunda parte, tratamos de empregá-las na análise de estereótipos presentes em dois tipos de discursos, evidenciando vínculos nem sempre evidentes entre tais estereótipos e as desigualdades sociais.

1. ESTEREÓTIPOS E A TEORIA DA JUSTIFICAÇÃO DO SISTEMA

Considerando a tese da AD de que os discursos, como um dos aspectos materiais da materialidade ideológica, participam, à sua maneira, dos processos de reprodução das condições de produção, não restam dúvidas de que a AD pode encontrar na “Teoria da Justificação do Sistema” (cf. JOST e BANAJI, 1994) um interlocutor bem próximo. Segundo essa teoria, certos estereótipos se prestam a justificar um certo estado de coisas do mundo, como o sistema social ou o econômico, hierarquias de *status* ou poder, distribuições de renda, divisão dos papéis sociais, etc. Desse ponto de vista, estereótipos com esse papel acompanham qualquer sistema que se baseie na separação de pessoas em papéis, classes, posições, *status*, colaborando para que tais arranjos sejam percebidos e explicados como justificáveis por aqueles que deles participam.

Um conceito central para essa teoria é o de falsa consciência, conceito oriundo de trabalhos como os de Cunningham (1987) e o de Eagleton (1991)² e que diz respeito ao conjunto de crenças que são contrárias aos interesses do

² A edição brasileira é Eagleton (1997), conforme consta nas referências bibliográficas deste trabalho.

indivíduo e do grupo ao qual pertence e que contribuem para a manutenção da posição de desvantagem do indivíduo ou do grupo (cf. JOST e BANAJI, 1994, p. 3). Segundo Jost e Banaji (1994), aqui se incluem a acomodação a uma situação de privação material, o sentimento de conforto que deriva da crença de que o sofrimento é inevitável ou merecido, e a ideia de que a posição que o indivíduo ocupa na ordem social (qualquer posição que seja) reflete seu mérito intrínseco.

Com o conceito de falsa consciência, Jost e Banaji (1994) afirmam que, em certas circunstâncias, estereótipos que servem para justificar um estado de coisas existente funcionam ainda que prejudiquem os interesses de certos grupos ou mesmo os interesses coletivos. Nesses termos, os autores postulam que os estereótipos podem servir a funções ideológicas, “justificando” o fato de que alguns grupos explorem outros, fazendo com que a pobreza ou a falta de poder de alguns grupos e o sucesso de outros pareçam legítimos e até mesmo naturais. Conforme observam os próprios autores, esse modo de compreender os estereótipos não deixa de ser consistente com um grande conjunto de pesquisas em Psicologia Social, de acordo com as quais uma característica comumente observada na vida social é que as pessoas absorvem as regularidades sociais como se fossem deveres.

Como já dito, do ponto de vista dessa teoria, estereótipos de justificação do sistema podem ser promovidos, surpreendentemente, inclusive por aqueles que têm a perder com eles, quer dizer, ainda que isso prejudique sua autoestima, seus interesses pessoais mais imediatos ou mesmo os interesses do grupo a que pertencem. Essa contradição é possível porque, nessa teoria, entende-se que a motivação³ para a justificação do sistema seja mais forte que os outros dois motivos que, no âmbito da Psicologia Social, são vinculados, de modo recorrente, aos estereótipos, isto é, a justificação do ego e a justificação do grupo, de acordo com o que postulam as teorias que os relacionam a um mecanismo de adaptação psicológica para proteção do ego ou do grupo.

A noção de sistema empregada nessa teoria, segundo os próprios autores observam, é bastante vaga, o que lhes permite aplicá-la a diversos arranjos sociais, tais como os relativos às famílias, aos diversos grupos sociais, às instituições públicas ou privadas. A justificação do sistema se refere, assim, ao processo psicológico pelo qual condições prevaletentes (sejam sociais, políticas, econômicas, sexuais, legais, etc.) são aceitas, explicadas e justificadas simplesmente porque existem. Por exemplo, grupos desfavorecidos podem endossar estereótipos estigmatizados de si justificando sistemas que produzem opressão e desigualdade social, o que colabora para que os arranjos sociais existentes sejam perpetuados.

Para a teoria em questão, o conteúdo dos estereótipos não se origina de nenhuma base real, apesar disso, pode ser previsto considerando-se fatores materiais, objetivos, tais como o *status* ou a posição social. Assim, apesar de não endossarem o ponto de vista do “reduccionismo econômico”, que excluiria as desigualdades de gênero, de etnia, de religião, de orientação sexual e outras que

³ Para compreender em que medida a justificação do sistema é um processo motivacional, sugerimos Jost *et al.* (2008)

não estão relacionadas a questões econômicas, Jost e Banaji (1994) entendem que os estereótipos derivam mais de fatores materiais, objetivos, como a divisão do trabalho e a prática social do que de ideias independentes ou anteriores das forças materiais na sociedade, o que também é bem próximo ao ponto de vista da AD.

Além disso, segundo Jost e Banaji (1994), uma vez que estejam devidamente estabelecidos, os estereótipos podem participar do processo de reprodução de um certo estado de coisas, à medida que os sujeitos estereotipados reproduzem seu conteúdo em seu comportamento. Dito de uma forma mais objetiva: grupos estereotipados podem começar a agir de tal modo que a expectativa negativa de outros grupos com relação a eles seja confirmada, o que garante, desse modo, a sua condição de subordinação. Assim, grupos estereotipados ou indivíduos nessa condição podem implicitamente devolver o que se espera deles, e essa pode ser uma das formas pelas quais os estereótipos que derivam do *status* social, do papel ou da posição podem levar grupos desfavorecidos a se envolverem numa forma de resistência passiva (cf. Sunar, 1978), ou a perpetuarem sua condição.

Desse modo, estereótipos que eram a princípio falsos, infelizmente, podem vir a adquirir algum tipo de correspondência com a realidade porque os indivíduos que pertencem a grupos estereotipados podem se “ajustar” às projeções dos outros grupos. Nesses termos, Jost e Banaji (1994) concordam com a ideia de que algumas diferenças entre os grupos podem se tornar válidas por meio de processos de confirmação de comportamento ou privação material.

É interessante observarmos que essa teoria não prevê que grupos em desvantagem sejam necessariamente estereotipados de uma forma negativa, nem que grupos em vantagem sejam estereotipados sempre de um modo positivo. Na verdade, a ideia central é apenas a de que certos estereótipos (sejam eles bons ou ruins) justificam a posição social de um certo grupo, o papel que lhes é atribuído no sistema, o que, por sua vez, colabora para a manutenção desse sistema. Desse ponto de vista, até os estereótipos negativos de grupos privilegiados podem servir para justificar o sistema, desde que indiquem que o grupo é de alguma forma adequado ao seu *status* ou ao papel social ao qual está associado, contribuindo para a ideia de que o sistema é justo.

Segundo Jost *et al.* (2008), a justificação do sistema tem, inclusive, uma função paliativa: ela opera como um mecanismo de sobrevivência para os membros de grupos favorecidos e desfavorecidos, reduzindo ansiedade e incerteza quando as falhas do sistema estão expostas, e promovendo sentimentos positivos. No entanto, essa função paliativa inibe a motivação para a mudança social e, desse modo, pode ter consequências prejudiciais para o indivíduo e para a própria sociedade. Embora considerem que ainda seja necessário aprofundar as pesquisas relativas aos motivos que levam as pessoas a apoiarem o sistema com afinco, mesmo quando o sistema não as favorece, Jost *et al.* (2008) afirmam que as pesquisas relativas à teoria em questão indicam que a justificação do sistema realmente satisfaça várias necessidades psicológicas e sociais, incluindo necessidades epistêmicas de consistência, coerência e certeza, e necessidades existenciais de lidar com as ameaças e de encontrar sentido para a vida.

Em resumo, segundo esse ponto de vista, a necessidade de justificação do sistema supera a motivação que as pessoas teriam, a princípio, para defender os interesses individuais e de grupo, podendo levar, inclusive, as pessoas a endossarem os estereótipos, até os que sejam lhes desfavoráveis. Assim, as pessoas podem dar sentido ao estado de coisas em que estão inseridas, atribuindo aos grupos (grupos a que elas pertencem e também grupos a que os outros pertencem) traços que são compatíveis com as posições e com os papéis que esses grupos, respectivamente, ocupam e desempenham, contribuindo para que o sistema relativo a essas posições e papéis se justifique e se perpetue.

Por outro lado, essa teoria não se aplica necessariamente a todos os estereótipos nem promove a ideia de que as pessoas sempre endossem crenças que reforçam o *status quo*. Do nosso ponto de vista, essa teoria é particularmente interessante por apresentar uma justificativa pertinente para o fato de as pessoas, de um modo ou de outro, endossarem estereótipos que lhes sejam desfavoráveis ou colaborarem para a sua circulação. A respeito da circulação dos estereótipos, essa teoria também tem contribuições significativas, tal como a constatação de que muitos estereótipos são persistentes e bastante disseminados justamente porque servem à função de justificar o sistema, o que merece ser bem observado, especialmente pelos analistas do discurso, sempre atentos a questões de memória social.

A seguir, tratamos dos estereótipos de gêneros, procurando esclarecer em que medida contribuem para manter o sistema de desigualdade entre os gêneros.

2. MODELO DE CONTEÚDO DOS ESTEREÓTIPOS E ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO

Alinhando-se aos trabalhos que consideram a *afetividade* e a *competência*⁴ como as duas dimensões universais da cognição social humana, Fiske *et al.* (2007) afirmam que essas dimensões regem o modo como as pessoas caracterizam os outros, definindo, inclusive, o conteúdo dos estereótipos.

No trabalho citado, os autores observam que, embora as duas dimensões sejam independentes, quando julgamos os grupos, elas se correlacionam normalmente de modo negativo: grupos que recebem um julgamento alto numa dimensão podem receber um julgamento baixo na outra, o que afeta as respostas de sentimentos dirigidos a eles e favorece a emergência de preconceitos e de tendências discriminatórias. É por isso que os autores entendem que, desse ponto de vista, o preconceito não pode ser reduzido a uma questão de simples antipatia.

A seguir, sempre de acordo com Fiske *et al.* (2007), apresentamos os tipos de grupos que se diferenciam pelo modo como são avaliados nas duas dimensões

⁴ Tradução livre que propomos para as palavras da língua inglesa “warmth” e “competence”. Quanto à tradução do primeiro termo, que pode parecer mais questionável, esclarecemos que optamos por essa tradução considerando que o substantivo “afetividade” pode ser empregado com o sinônimo de calor, no sentido de “calor humano”.

citadas e especificamos sentimentos que tendem a despertar nas pessoas, dado o modo como são estereotipados:

- a) grupos estereotipados positivamente na dimensão da afetividade, mas negativamente na da competência (por exemplo, os idosos, os deficientes físicos, os deficientes mentais): despertam emoções ambivalentes como simpatia e pena;
- b) grupos estereotipados negativamente na dimensão da afetividade, mas positivamente na da competência (por exemplo: ricos, mulheres que são profissionais bem sucedidas na carreira administrativa, pessoas que pertencem a grupos de minoria e que são bem sucedidos profissionalmente): despertam sentimentos de inveja e de ciúme mais do que qualquer outro. Esse tipo de emoção é ambivalente porque sugere que os grupos possuem habilidades valorizadas, mas as suas intenções são suspeitas.
- c) grupos estereotipados positivamente nas duas dimensões (em sociedades como a nossa, exemplos seriam a classe média, os cristãos, os heterossexuais): são normalmente tomados como grupos de referência e despertam sentimentos de orgulho e de admiração;
- d) grupos sociais estereotipados negativamente nas duas dimensões (aqui entram grupos como os sem-teto, os viciados): despertam sentimentos de desprezo e até nojo nas pessoas.

Diante do exposto, podemos perceber a vantagem da adoção desse modelo⁵, conhecido como “modelo de conteúdo dos estereótipos”, quando da avaliação do conteúdo dos estereótipos, justamente porque ele revela como os estereótipos podem ser ambivalentes e como os preconceitos associados a eles não são sempre os mesmos. Pelo contrário, o preconceito, desse ponto de vista, pode adotar formas distintas, ligadas à ambivalência dos estereótipos. Aliás, como advertem Fiske *et al.* (2007), os preconceitos dos estereótipos ambivalentes são mais difíceis de ser percebidos, porque contêm crenças mistas, sentimentos mistos, o que conduz a respostas mistas.

De fato, de acordo com Fiske (2012), nos estudos sobre os estereótipos de gêneros, o modelo em questão trouxe contribuições bem relevantes, pois, até então, as teorias sobre o sexismo tinham como foco a hostilidade contra a mulher, o que se chocava com o sentimento de que as mulheres são maravilhosas e mais queridas que os homens. Na tentativa de desfazer essa contradição, reflexões como

⁵ Embora estejamos empregado aqui o modelo de conteúdo para compreender o conteúdo de certos estereótipos presentes nos discursos, consideramos que não podemos perder de vista a contradição constitutiva dos discursos, conforme preconiza a AD, o que pode ser conferido na análise que desenvolvemos na segunda parte deste trabalho. Do nosso ponto de vista, esse emprego se justifica uma vez que própria AD não se manifesta explicitamente a respeito do modo como compreende os estereótipos. Assim, em alguns trabalhos da disciplina, como, por exemplo, os de Maingueneau sobre o *ethos* discursivo, há referência à presença dos estereótipos no discurso, mas não há sequer uma apresentação da definição do conceito.

as de Glik e Fiske (1996) permitem notar como o sexismo pode ser ambivalente, assumido formas distintas, isto é, pode ser hostil ou benevolente. O primeiro tem como alvo as mulheres que, de várias formas, podem ameaçar a dominância masculina, como as que competem pelos papéis que são tradicionalmente associados aos homens. Nessa rivalidade, as mulheres que podem ameaçar os homens são estereotipadas como perigosamente capazes, mas frias e não amigáveis⁶.

O sexismo benevolente, por sua vez, tende a proteger as mulheres que aderem a seus papéis tradicionais, à interdependência e às relações já estabelecidas. Nesta categoria Fiske (2012) inclui as donas de casa, as secretarias e todas as mulheres que são estereotipadas como amigáveis, gentis, mas incapazes, limitadas do ponto de vista intelectual.

Em tempo, conforme podemos notar na literatura da área, Fiske *et al.* (2007) não foram os únicos a se interessar pelas dimensões básicas da cognição social. De fato, há outros trabalhos sobre o tema e o modo de definir as duas dimensões, embora sempre muito próximo, pode variar um pouco. A esse respeito, Ferreira *et al.* (2011) afirmam:

Mais recentemente, a investigação sobre diversos julgamentos sociais (e.g., percepção interpessoal, percepção de grupos sociais e auto-percepção) tem convergido para a evidência de que duas dimensões fundamentais subjazem a esses julgamentos [...]. Estas dimensões têm sido apelidadas de diferentes formas consoante o objecto do julgamento. Por exemplo, na área da percepção de grupos ou estereótipos os investigadores referem-se às dimensões de *warmth* e *competence* [...], no caso da investigação sobre o self ou o gênero são mencionadas de *communion* e *agency* [...], ou no caso da percepção interpessoal de *morality* e *competence*[...]. Muitas outras nomenclaturas são utilizadas [...], mas as dimensões no geral referem-se ao mesmo tipo de julgamentos. A primeira dimensão (e.g., *warmth*, *communion*, *morality*) é representada por traços de natureza social de ambas as valências. São exemplos desta dimensão traços positivos como caloroso, amigável, honesto e traços negativos como frio, não confiável e desonesto. A segunda dimensão (e.g., *competence*, *agency*) é representada por traços referentes à capacidade ou eficiência do alvo, sendo característicos desta dimensão traços positivos como competente, assertivo, ambicioso e inteligente, e traços negativos como indeciso, passivo, preguiçoso e ineficaz. (FERREIRA *et al.*, 2011, p. 321)

3. TEORIA DA JUSTIFICAÇÃO DO SISTEMA E ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO

Adotando o ponto de vista da Teoria da Justificação do Sistema, Jost e Kay (2005) afirmam que os estereótipos de homens e mulheres são complementares. Basicamente, isso significa que os estereótipos de gênero sustentam a ideia de que cada gênero é dotado de um conjunto de pontos fortes que equilibra as suas próprias fraquezas (quer dizer, tem um ponto fraco, mas tem um forte também) e

⁶ No filme “O Diabo veste Prada” (*The Devil Wears Prada*, Fox Filmes, 2006), o personagem vivido pela atriz Meryl Streep, Miranda Priestly, a editora-chefe da revista Runway, é um excelente exemplo do estereótipo de mulher competente e capaz, mas bem fria e nada amigável

compensa, por assim dizer, os pontos fortes do outro grupo. Assim, os estereótipos masculinos mais recorrentes dizem que os homens são competentes, assertivos, independentes e orientados para a realização (qualidades que as mulheres não teriam); as mulheres, por sua vez, seriam afetivas, sociáveis, interdependentes e orientadas para as relações, características que não seriam associadas aos homens.

Conforme afirmam os autores, a crença em que cada grupo na sociedade tem vantagens e desvantagens deve aumentar a noção de que o sistema como um todo é justo, equilibrado e legítimo.

No caso dos estereótipos de mulher, por exemplo, no trabalho citado, fica clara a ideia de que, além de racionalizarem funções específicas tipicamente associadas às mulheres, com a de ser dona de casa e a de cuidar dos filhos, e de adular as mulheres para que adotem o *status quo* sexista, tais estereótipos servem aos objetivos de justificação do sistema, ao contrabalançar as vantagens dos homens em termos de “competência”⁷ e *status*. Na verdade, para Jost e Kay (2005), os efeitos da justificação do sistema relativos à complementaridade dos estereótipos operam em conjunção com processos de justificação de papéis e realizam a cooptação dos subordinados de modo mais eficiente. Ou seja, para os autores, esses mecanismos não são mutuamente exclusivos.

Desse modo, sempre coerentes com a teoria da justificação do sistema, Jost e Kay (2005) afirmam que os estereótipos servem não apenas para racionalizar aspectos específicos de relações intergrupais (cf. TAJFEL, 1981), mas também para reforçar o senso geral que o sistema como um todo é justo, legítimo e justificável. Além disso, afirmam que os efeitos de justificação do sistema pela ativação dos estereótipos podem afetar domínios específicos ou podem ser mais gerais. No primeiro caso, os estereótipos de gênero podem aumentar a tolerância para a desigualdade entre os gêneros e dar suporte para as relações entre os gêneros na sociedade. No segundo caso, a exposição a estereótipos complementares, segundo os autores, pode produzir efeitos no sistema como um todo (e não apenas no que diz respeito aos aspectos relacionados aos gêneros).

Como estereótipos de gêneros complementares desempenham a função de justificação do sistema, Jost e Kay (2005) entendem que bastaria lembrar as pessoas desses estereótipos (o que aumentaria a sua acessibilidade cognitiva) para aumentar o suporte ao *status quo*, resultado que de fato alcançaram em estudos experimentais que realizaram. Considerando os resultados desses estudos experimentais, verificam que não é preciso mesmo que haja a adesão aos estereótipos para que o suporte ao *status quo* aumente, pois, quando os estereótipos são muito difundidos, passam a ser culturalmente acessíveis. Desse modo, como as associações estereotípicas estão suficientemente dispersas, basta ativá-las para que produzam suas consequências psicológicas e sociais.

⁷ No original em inglês, os autores empregam aqui o termo *agency*. Conforme a citação de Ferreira *et al.* (2011) apresentada anteriormente, trata-se, essencialmente, de outra forma de ser referir à dimensão que, na proposta de Fiske *et al.* (2007), é nomeada de “competência”, daí a opção que fizemos pelo emprego dessa palavra, no lugar de traduzirmos o termo do inglês.

Conforme afirmam Jost e Kay (2005), os resultados de seus estudos experimentais reforçam os resultados encontrados em outras pesquisas, como a de Steele e Aronson (1995), segundo os quais basta aumentar a percepção de alguém a respeito de sua condição de inferioridade ou mesmo identificá-lo com um grupo minoritário para prejudicar sua performance num teste, provavelmente menos por causa de adesão pessoal e mais por causa das associações culturalmente pressupostas entre etnia e gênero, de um lado, e habilidades intelectuais, de outro lado.

Schaller *et al.* (2010), tratando da evolução cultural e da disseminação diferenciada dos estereótipos, também reforçam a ideia de que os estereótipos não precisam ser necessariamente endossados para provocarem efeitos negativos. Vejamos: segundo esses autores, muitos dos efeitos dos estereótipos - efeitos socialmente relevantes - ocorrem simplesmente porque alguns estereótipos são muito difundidos. Para exemplificar essa tese, os autores citam Steele (1997), que demonstra como americanos negros apresentam um desempenho ruim em exames acadêmicos quando estão em situações nas quais estão salientes as crenças estereotípicas dos outros sobre o seu grupo. Segundo Schaller *et al.* (2010), isso ocorre apenas porque o estereótipo do negro que fracassa academicamente é, há muito tempo, bastante difundido entre a população americana. Infelizmente, as consequências desse fato não se limitam a essa situação, pois, conforme afirmam os autores, os estereótipos mais populares têm mais chance de serem ativados na memória de trabalho e, conseqüentemente, têm mais efeitos sobre o comportamento individual. Assim, quanto mais populares, maiores os efeitos dos estereótipos.

Desse ponto de vista, podemos dizer que a circulação dos estereótipos precisa mesmo ser bem observada, já que, quanto mais um estereótipo circula, mais fica disseminado, o que fortalece seu potencial para gerar efeitos na população. Daí a relevância dos trabalhos sobre esse tema, inclusive no âmbito da própria AD.

4. ESTEREÓTIPOS, DISCURSOS E DESIGUALDADE SOCIAL

Nesta segunda parte do trabalho, seguindo nossa proposta inicial, nosso objetivo é demonstrar como as teses apresentadas anteriormente podem ser relevantes para os analistas do discurso, auxiliando-os a compreenderem de forma mais adequada o papel ou mesmo o conteúdo dos estereótipos presentes nos discursos, o que pode facilitar e/ou enriquecer suas análises.

Assim, adotando o ponto de vista da Teoria da Justificação do Sistema, e considerando as diferenças sociais que existem entre os grupos, principalmente em países como o Brasil, entendemos que os analistas do discurso podem compreender melhor como certos estereótipos dos quais os discursos se alimentam contribuem para a manutenção do sistema de diversas desigualdades sociais em que estamos inseridos, ao projetarem de grupos sociais em desvantagem uma imagem que leve à crença de que são realmente merecedores da situação em

que se encontram, ou seja, evidenciando como os estereótipos, à sua maneira, racionalizam a desigualdade social.

Vejam alguns exemplos que provêm das reflexões que temos desenvolvido sobre obras de autoajuda⁸. Nesses estudos, notamos que, de modo geral, as obras de autoajuda veiculam um discurso que costuma se valer de imagens em oposição. Sem entrar em detalhes, podemos dizer que, na tentativa de passar algum ensinamento que sirva a algum dos interesses de seu público, o que corresponde à meta assumida pelas obras de autoajuda (por exemplo, ensinar o leitor a gerenciar suas finanças e sua vida profissional; ensinar o leitor a educar os filhos; ensinar o leitor a elevar a sua autoestima), o discurso de autoajuda se vale de duas imagens: uma imagem que o discurso valoriza, que corresponde ao comportamento que o discurso pretende ensinar ao leitor, e uma imagem negativa, que o discurso condena e que associa às pessoas que fracassam na tentativa de alcançar alguma meta específica, qualquer que seja a meta (sucesso profissional, sucesso financeiro, sucesso na educação dos filhos, sucesso nos relacionamentos).

No caso de obras que tematizam o sucesso profissional e financeiro, dirigidas ao público adulto, a imagem valorizada corresponde ao estereótipo do *self-made man*, isto é, do homem de sucesso que conquistou esse sucesso acreditando no seu próprio potencial e trabalhando pelos seus projetos. Trata-se essencialmente de uma pessoa otimista, autoconfiante, determinada e autocentrada, isto é, voltada para os seus interesses, um profissional que não mede esforços para alcançar os seus objetivos e que não desanima diante dos obstáculos que encontra no seu caminho. Essa imagem contrasta com outra imagem presente nas obras e que diz respeito justamente ao perfil contrário: o trabalhador frustrado, inseguro, lamentador, sem metas, que culpa o mundo e as coisas que estão ao seu redor pelo próprio fracasso.

Considerando os postulados da Teoria da Justificação do Sistema, não é difícil concluir como esses estereótipos colaboram para a manutenção do sistema, auxiliando a promover a crença de um mundo justo: sucesso e riqueza são para quem se esforça, para quem é otimista, para quem acredita no seu potencial e arregaça as mangas. Já o fracasso, as frustrações, os empregos ruins, os baixos salários não são consequências de um mundo desigual, que não oferece oportunidades iguais a todos, mas fruto da falta de mérito, da falta de confiança, da baixa estima, da falta de planejamento.

O próximo exemplo também diz respeito ao discurso de autoajuda, mais exatamente às obras de autoajuda que tematizam relacionamentos e que são dirigidas ao público feminino. De modo geral, são obras que se destinam a orientar as mulheres para que sejam felizes e bem sucedidas em seus relacionamentos afetivos. Vejamos, mais detalhadamente, as imagens opostas de que essas obras se valem. Como no caso anterior, temos uma imagem valorizada, que diz respeito ao comportamento que deve ser adotado pelas mulheres, e uma imagem que o

⁸ Cf. Brunelli (2004) e Brunelli (2012).

discurso condena, e que corresponde ao comportamento que deve ser evitado pelas mulheres, para que sejam bem sucedidas.

Para exemplificar, analisamos dados de Carter e Sokol (2006), uma obra de autoajuda sobre relacionamentos, dirigida ao público feminino e ainda disponível no mercado editorial brasileiro. Nessa obra, a imagem valorizada é chamada de “a mulher inteligente”: em linhas gerais, trata-se de uma mulher que tem autoestima elevada e que não se deixa levar pelas próprias emoções.

A outra imagem de mulher diz respeito ao comportamento que a mulher deve evitar, se quiser se tornar uma “mulher inteligente”: trata-se de uma mulher que tem baixa autoestima, que se deixa levar pelas emoções, que só se sente realizada se estiver envolvida em algum relacionamento, ou seja, o oposto da mulher inteligente. Na obra em questão, essa mulher não é apenas caracterizada como muito emocional, isto é, como uma mulher que tem fortes emoções, mas especialmente como uma mulher que não tem controle sobre essas emoções.

Essa imagem de mulher está bastante evidente nas diversas histórias (reais?) de mulheres que a obra relata. Mais exatamente, são relatos de mulheres que amam demais, que se entregam totalmente aos seus relacionamentos afetivos, que sofrem demais, mulheres muito dominadas pelas emoções, a ponto de serem qualificadas de histéricas e obcecadas, conforme podemos notar nos seguintes excertos:

(01) Stella fez a mesma coisa de novo. Todos os elementos estão presentes. Sexo às escondidas, a deliciosa expectativa, a intensidade do desespero, discussões horrorosas e sem solução, separações dolorosas, reconciliações afetuosas, conversas angustiantes, enfim, um elenco completo de participantes. Sim, Stella está mais uma vez às voltas com uma **OBSESSÃO**. (...) Em consequência disso, ela vive uma vida de **euforias e depressões** intercaladas por raros momentos de paz. (Carter e Sokol, 2006, p. 13; grifos nossos)

(02) Conheceu Andrew em um voo. (...) Como ele morava em outra cidade, Sarah só descobriu que a esposa dele estava grávida depois de a criança nascer. É claro que ficou **histérica**. (Carter e Sokol, 2006, p. 46; grifos nossos)

(03) No entanto, ela não precisou de muito tempo para perceber que estava **louca** por ele. (...) Foi então que Margaret começou a entrar em **desespero**. (...) Mas a tristeza de Margaret ou sua **histeria** não mudam o comportamento de Paul. (...) Margaret sente **raiva, ansiedade, dor**. Seus pais e seus amigos já notaram sua infelicidade, mas ela não quer que eles saibam que a situação está **péssima** (...). (Carter e Sokol, 2006, p. 50-1; grifos nossos)

(04) Dorothy ficou **histérica**, como não suportava a ideia de passar o resto da vida sozinha começou a sair **alucinadamente**. (Carter e Sokol, 2006, p. 72; grifos nossos)

(05) Essa não é a primeira vez e, provavelmente, não será a última em que Stella fica obcecada por alguém. Afinal, na opinião dela, **obsessão e amor são sinônimos**. (Carter e Sokol, 2006, p. 13; grifos nossos)

(06) **Quase contra a sua vontade**, ela se torna **grudenta carente e insegura**. Em resumo, ela se **envolve demais** e se torna **muito dependente**. Bonnie fica **ansiosa** se o homem não lhe telefona todos dos dias - mesmo no início do relacionamento. Ela fica **nervosa** se não sabe ao certo quando irá vê-lo de novo. (...) **Ela não consegue suportar a ansiedade da espera e da incerteza**. (Carter e Sokol, 2006, p.106)

Em todos esses excertos, fica evidente a caracterização da mulher como uma pessoa muito mais emocional do que racional, daí as fortes emoções, as brigas, as discussões, o sofrimento, a ansiedade, o histerismo, etc.

Essa imagem de mulher afetada pelas emoções aparece às vezes associada a outra imagem comumente associada às mulheres, isto é, a da mulher que quer se casar, que tem o casamento como uma das metas de vida e que tem medo de ficar solteira, o que é um estereótipo de gênero feminino bem disseminado. A esse respeito, vejamos os seguintes excertos:

(07) (...) embora possa dar a impressão de ser uma pessoa frívola, Vitória é, na realidade, uma pessoa muito séria. Ela tem um emprego sólido. Tem amizades sólidas. Tem um conjunto de princípios sólidos. **E o que ela quer da vida é poder fazer biscoitos em um lar sólido com uma família sólida**. (Carter e Sokol, 2006, p. 10; grifos nossos)

(08) **Sarah diz que quer se casar**. Diz que está é a única coisa que está faltando em sua vida e que ela realmente **deseja ter um marido e filhos**. De verdade. (Carter e Sokol, 2006, p. 46; grifos nossos)

(09) Mary sonhava com um futuro melhor, um futuro em que todos os problemas desapareceriam e **ela poderia ter o relacionamento maravilhoso que sempre imaginara**. (Carter e Sokol, 2006, p. 55; grifos nossos)

(10) Na família de Doroty, o casamento é a coisa mais importante que pode acontecer a uma mulher. Por isso, desde que começou a sair com rapazes, ela sempre vê todos os homens que conhece como possíveis maridos. Com todos os que tentavam beijá-la, ela pensava: “Esta pode ser a minha oportunidade”. E como todos os que pareciam estar se afastando, ela se angustiava imaginando: **“Posso estar perdendo a minha última oportunidade; acabarei como uma solteirona solitária”**. (Carter e Sokol, 2006, p.72; grifos nossos)

(11) Estava disposta a passar a vida num estádio de futebol **em troca da segurança de ser esposa em tempo integral** (...) (Carter e Sokol, 2006, p. 73; grifos nossos)

(12) Já faz quase três meses que Peter disse a Lisa que não via nenhum futuro no relacionamento deles. Três longos e dolorosos meses. Em alguns dias dói tanto que ela não sabe o que fazer com ela mesma. **Peter é o homem com quem ela pretendia passar o resta de sua vida. Segundo Lisa, o único problema era ainda não estarem noivos.** (...) (Carter e Sokol, 2006, p. 128)

(13) No espaço de um ano, duas grandes amigas de Mary Beth casaram e outras duas ficaram noivas. Mary Beth quer se alegrar por elas, mas no momento tudo o que ela senta é inveja. Ela quase se casou há quatro anos, mas terminou o noivado porque “não estava se sentindo muito segura”. Agora começa a se perguntar se aquilo foi um erro. Quando ainda tinha vinte e poucos anos, o fato de não estar casada não a perturbava. **No entanto, ultimamente, ela tem se sentindo deprimida por estar solteira. Ela tem certeza de que seria uma mulher feliz – se estivesse casada.** Quando pensa em casamento, Mary Beth imagina noites aconchegantes em frente à lareira, jantares a dois à luz de velas uma atração sexual que não diminuirá com o tempo. Na verdade, **ela tem um repertório completo de fantasias sobre o casamento.** Uma de suas favoritas envolve a compra e a decoração de uma casa com seu marido ideal. Uma outra é sobre férias em lugares românticos – montanhas cobertas de neve, casas de campo, praias particulares, museus na Europa, um fim de semana inesperado em Nova York, passeios para ver o espetáculo das folhas no outono em Vermont. Ela também sonha com um “bebê”. Em seus sonhos, Mary Beth passa horas comprando “coisas engraçadinhas” para ele. (Carter e Sokol, 2006, p. 150; grifos nossos)

Do nosso ponto de vista, a imagem da mulher em busca de casamento e, especialmente, a imagem da mulher afetada pelas emoções estão diretamente vinculadas ao estereótipo tradicional de mulher, conforme as reflexões de Fiske (2012) sobre o conteúdo dos estereótipos de gênero. Mais exatamente, a ideia de que a mulher é mais emocional e menos racional não deixa de ser uma variação de estereótipos femininos tradicionais. Conforme já dito, segundo tais estereótipos, a mulher é afetiva (ou amigável, ou gentil, ou calorosa), mas incompetente, incapaz (positivo na dimensão da afetividade e negativo na dimensão da competência).

Seguindo esse raciocínio, se consideramos outros trabalhos de Psicologia Social que tratam do conteúdo dos estereótipos de gênero, como o de Ridgeway (2009), poderíamos dizer que se trata de uma variação da ideia de que as mulheres são “emocionalmente expressivas”.

Além disso, do nosso ponto de vista, essa imagem tem um papel fundamental no discurso em questão, pois é ela que dá legitimidade ao discurso de autoajuda. Em linhas gerais, podemos dizer que esse discurso se apresenta como um discurso que pretende auxiliar as mulheres a se tornarem “mulheres inteligentes”, ou seja, menos emocionais e mais competentes no gerenciamento de suas vidas afetivas. Todo o léxico relativo à imagem da mulher que o discurso valoriza gira em torno

dessa proposta, isto é, mais razão e menos emoção, conforme podemos notar nos próximos excertos:

(14) Como lidar com os homens com **sabedoria** e conseguir o amor que você merece (Carter e Sokol, 2006, capa; grifo nosso).

(15) **Sabedoria** sem sofrimento, **compreensão** sem angústia, **descobertas** sem melodrama – é disto que trata este livro. (Carter e Sokol, 2006, p. 5; grifos nossos)

(16) Uma mulher inteligente tem o **bom senso** de gostar de um homem que [...]. (Carter e Sokol, 2006, p. 35 e p. 38; grifos nossos)

(17) Uma mulher inteligente sabe que não está sendo **sensata** quando [...]. (Carter e Sokol, 2006, p. 26; grifo nosso)

(18) As mulheres **inteligentes sabem** que... **Ter consciência** do seu próprio valor significa **saber** o que você tem a oferecer e não oferecê-lo rápido demais (Carter e Sokol, 2006, p. 27; grifos nossos)

Dito de outro modo: o discurso de autoajuda se vale dessa imagem tradicional de mulher para se legitimar, porque, como um discurso que pretende passar um conhecimento específico às mulheres (no caso, como se comportarem a fim de se tornarem “mulheres inteligentes”), é, nesses termos, um discurso que só tem validade se as mulheres realmente necessitarem desse tipo de conhecimento. Ou seja, sob a justificativa de auxiliar as mulheres a melhorarem a sua autoestima e a aprenderem a lidar com os homens, o discurso pressupõe que as mulheres precisam desse auxílio porque são, supostamente, mais emocionais do que racionais, daí a caracterização das mulheres como pessoas inseguras, ansiosas, carentes, sem controle emocional, obcecadas, histéricas. Como o discurso se ancora nessa imagem para se legitimar, podemos dizer que essa imagem funciona como uma de suas condições de produção mais importantes.

Assim, apesar de ter como objetivo justamente ajudar as mulheres a se transformarem, como se fossem mesmo inseguras e descontroladas emocionalmente, o fato de se ancorar nesse tipo de estereótipo não deixa de ser uma forma de reforçá-lo, não só porque pressupõe que é verdadeiro, como também porque reforça a sua circulação.

A esse respeito, vale lembrar as lições que podemos tirar de trabalhos como os de Schaller *et al.* (2010): quanto mais circulam, mais os estereótipos podem se tornar populares. E, quanto mais populares, maiores podem ser os seus efeitos (já que, nessas condições, aumentam as chances de serem ativados na memória de curto prazo, o que pode afetar o comportamento individual). Nesse sentido, podemos dizer que a circulação dos estereótipos tem efeitos para além dos discursos que os veiculam.

A teoria da justificação do sistema nos leva à mesma conclusão. Conforme já dito, desse ponto de vista, estereótipos de gênero, por serem complementares, desempenham a função de justificação do sistema. Por isso, bastar que tais estereótipos sejam lembrados, aumentando sua acessibilidade cognitiva, para que o suporte ao *status quo seja* reforçado. Isso significa que não é preciso que haja a adesão aos estereótipos de gênero para que o suporte ao *status quo* aumente, pois, como se trata de estereótipos muito difundidos, podem produzir consequências psicológicas e sociais, independentemente de haver ou não adesão a eles.

Além disso, segundo Fiske (2012), os estereótipos de gêneros são prescritivos. Enquanto um estereótipo descritivo diz como um grupo se comporta, o prescritivo diz como deve se comportar. Essa ideia também está presente na reflexão de Ridgeway (2009), de acordo com a qual as pessoas, mesmo que não endossem os estereótipos de gênero, levam tais estereótipos em consideração em seus comportamentos, ou seja, os estereótipos de gênero funcionam mesmo como regras que coordenam o comportamento público das pessoas.

Considerando conjuntamente os esclarecimentos expostos, não nos restam dúvidas de que o discurso de autoajuda sobre relacionamentos está a serviço das mulheres apenas aparentemente, especialmente quando lembramos que os estereótipos podem provocar efeitos negativos no comportamento das pessoas pelo simples fato de estarem “no ar” (cf. STEELE, 1997). Já que os estereótipos “são poderosos estímulos ambientais que não dependem de endosso consciente para que seus efeitos sejam palpáveis” (JOST e KAY, 2005, p. 498), discursos como o discurso em análise, mesmo que aparentemente estejam a serviço das mulheres, podem prestar-lhes um grande deserviço, colaborando para a crença já bastante difundida de que as mulheres são menos racionais do que seria desejável.

Desse modo, podemos dizer que reforçar um estereótipo de gênero desfavorável às mulheres, como faz o discurso de autoajuda, mesmo que seja com a suposta finalidade de auxiliar as mulheres a vencerem suas “fraquezas”, não deixa de ser uma forma de (re)dizer às mulheres como elas devem ser, já que os estereótipos de gênero cumprem papéis prescritivos. Diante do exposto, notamos o caráter contraditório do discurso de autoajuda sobre relacionamentos dirigidos às mulheres: trata-se, em tese, de um discurso que se apresenta como estando a serviço das mulheres, mas a análise revela que se presta também a cumprir um papel bem distinto, que é, inclusive, contrário a sua finalidade assumida e que opera de modo não evidente, isto é, colaborar para a reprodução do sistema de desigualdades entre os gêneros.

Outra forma de apresentar esse resultado relativo ao discurso de autoajuda sobre relacionamentos dirigido às mulheres é dizer que esse discurso é sexista. Como bem observado por Fiske (2012), o sexismo tem formas distintas. Mesmo quando travestido de benevolência, o sexismo não deixa de ser sexismo. O sexismo benevolente, segundo essa autora, perturba as mulheres com dúvidas sobre si e pode solapar sua performance ao levá-las a desvalorizarem sua própria competência. Além disso, esse tipo de sexismo desabilita a mulher a

perceber e a resistir ao próprio sexismo. Esse parece ser o caso do discurso de autoajuda dirigido às mulheres, já que esse discurso se apoia na ideia de que as mulheres precisam de orientação, de que fazem escolhas insensatas, de que não tem controle emocional, de que são carentes, etc., o que certamente não é nada benéfico às mulheres, especialmente em sociedades como a nossa, nas quais há ainda muitas diferenças de *status* entre os gêneros.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, tendo em vista um pequeno conjunto de teses oriundas de teorias e pesquisas desenvolvidas no âmbito da Psicologia Social sobre os estereótipos, foi possível verificar, entre outras coisas, que o discurso de autoajuda sobre relacionamentos dirigido às mulheres, ancorado na imagem tradicional da mulher (mais emocional e menos racional) colabora, à sua maneira, para perpetuar o sistema de desigualdade entre os gêneros, embora se trate de um discurso que se apresenta como se estivesse apenas a serviço dos interesses do público feminino.

Do ponto de vista da Análise do Discurso, a reflexão que aqui promovemos sobre o discurso de autoajuda pode ser tomada para ilustrar a pertinência de a AD dialogar com a Psicologia Social, pois foi justamente por essa via que encontramos esclarecimentos relevantes que nos permitiram não só compreender mais adequadamente o conteúdo dos estereótipos de mulher presentes no discurso de autoajuda e o papel que esses estereótipos desempenham nesse discurso, como também verificar que o discurso de autoajuda colabora para a manutenção do sistema de desigualdades entre os gêneros de modo não evidente, adotando uma atitude sexista travestida de benevolência. A teoria brevemente exposta nos permitiu compreender melhor o discurso de autoajuda sobre relacionamentos dirigido às mulheres, analisando um estereótipo que funciona como uma de suas principais condições de produção, o que, por sua vez, atesta a relevância dos estudos sobre os estereótipos nos trabalhos de Análise do Discurso.

De um ponto de vista um pouco mais amplo, podemos dizer que análises como a que esboçamos, revelando como um discurso colabora com a manutenção de um certo estado de coisas do mundo, evidenciam que a Análise do Discurso, à sua maneira, pode contribuir significativamente para o debate sobre o funcionamento dos sistemas sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMOSSY, R.; PIERROT, A. H. Estereótipos y clichés. Buenos Aires: Eudeba, 2001.

ASHMORE, R. D.; DEL BOCA, F. K. Conceptual approaches to stereotypes and stereotyping. In: HAMILTON, D. L. (ed.). Cognitive processes in stereotyping and intergroup behavior. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1981, p.1-35.

- BRUNELLI, A. F. O sucesso está em suas mãos: análise do discurso de autoajuda. 2004. Tese (Doutorado em Linguística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.
- BRUNELLI, A. F. Estereótipos de mulher no discurso de autoajuda. *Cadernos de Linguagem e Sociedade*, vol.13, n.2, p.102-116, 2012.
- CARTER, S; SOKOL, J. O que toda mulher inteligente deve saber: como lidar com os homens com sabedoria e conseguir o amor que você merece. Rio de Janeiro: Sextante, 2006.
- CUNNINGHAM, F. *Democratic Theory and Socialism*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- EAGLETON, T. *Ideologia*. São Paulo: Boitempo/Editora da UNESP, 1997.
- FERREIRA, M. B.; GARCIA-MARQUES, L.; TOSCANO, H.; CARVALHO, J.; HAGÁ, S. Para uma revisão da abordagem multidimensional das impressões de personalidade: o culto, o irresponsável, o compreensivo e o arrogante. *Análise Psicológica*, vol.29, n.2, p.315-33, 2011.
- FISKE, S. T. Managing ambivalent prejudices: smart-but-cold and warm-but-dumb stereotypes. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol.639, n.1, p.33-48, 2012.
- FISKE, S. T., CUDDY, A. J. C.; GLICK, P. Universal dimensions of social perception: warmth and competence. *Trends in Cognitive Science*, vol.11, n.2, p.77-83, 2007.
- GLICK, P., FISKE, S.T. The ambivalent sexism inventory: differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol.70, p. 491-512, 1996.
- JOST, J. T.; BANAJI, M. R. The role of stereotyping in system-justification and the production of false consciousness. *British Journal of Social Psychology*, vol.33, p.1-27, 1994.
- JOST, J. T.; KAY, A. C. Exposure to benevolent sexism and complementary gender stereotypes: consequences for specific and diffuse forms of system justification. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol.88, n.3, p.498-509, 2005.
- JOST, J.T.; PIETRZAK, J.; LIVIATAN, I.; MANDISODZA, A.; NAPIER, J. System justification as conscious and nonconscious goal pursuit. In: SHAH, J.; GARDNER, W. (eds.). *Handbook of Motivation Science*. New York: Guilford, 2008, p.591-605.
- LIPPMANN, W. *Public opinion*. New York: Harcourt, Brace, Jovanovitch, 1922.
- MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 1998.
- PAVEAU, M. A. *Os pré-discursos: sentido, memória, cognição*. Campinas: Pontes, 2013.
- RIDGEWAY, C. L. Framed before we know it: how gender shapes social relations. *Gender & Society*, vol.23, n.2, p.145-160, 2009.
- SCHALLER, M.; CONWAY III, L. G.; PEAVY, K. M. Evolutionary processes. In: DOVIDIO, J. F.; HEWSTONE, M.; GLICK, P.; ESSES, V. M. (eds.). *The Sage handbook of prejudice, stereotyping, and discrimination*. Thousand Oaks CA: Sage, 2010, p.81-96.
- STEELE, C. M. A threat in the air: how stereotypes shape intellectual identity and performance. *American Psychologist*, vol.52, p.613-629, 1997.

STEELE, C. M.; ARONSON, J. Stereotype threat and the intellectual test-performance of African Americans. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol.69, n.5, p.797-811, 1995.

SUNAR, D. Stereotypes of the powerless: a social analysis. *Psychological Reports*, vol.43, p.511-528, 1978.

TAJFEL, H. *Human groups and social categories*. Cambridge: Cambridge University Press, 1981.